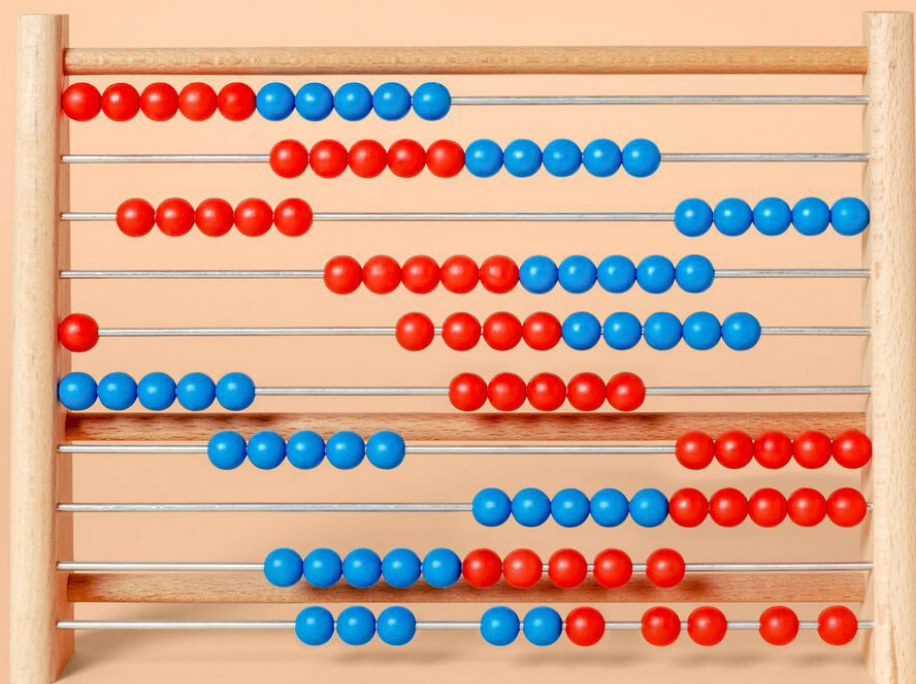


Data en automatiseren



Inhouds- opgave

1.	Introductie	3
2.	Slim automatiseren	4
	2.1 Waar begin jij met automatiseren?	5
	2.2 5 tips van de automatisatie-expert	7
3.	Data als de heilige graal	8
4.	Inzichten vanuit bol.com	9
	4.1 Trends, ontwikkelingen en opportuniteiten	9
	4.2 Data exclusief voor verkooppartners	9
	4.3 Gepersonaliseerde inzichten en tools	10
	4.4 Data als groeiversneller	11
5.	Data en automatiseren in de praktijk bij Boxed Concept	12
6.	Conclusie	14
7.	Checklist	15
	7.1 Automatiseren	15
	7.2 Data	15

1. Introductie

Zodra je via een of meer platformen gaat verkopen, neemt de hoeveelheid data die je te verwerken krijgt snel toe. Denk aan informatie over bestellingen, annuleringen, je voorraad, klantbezoeken, conversies, prijzen, artikelomschrijvingen en meer. Het handmatig verwerken van al deze data en tegelijkertijd het overzicht behouden, wordt hierdoor een pak moeilijker.

Gelukkig zijn er verschillende manieren om deze handelingen en processen te automatiseren. Zo win je tijd, verklein je de foutmarge en heb je tijd over om alle beschikbare data te analyseren en nieuwe groeikansen voor je onderneming te ontdekken.

In deze whitepaper vind je tips voor het automatiseren van je processen, een handig overzicht van de data die via het bol.com platform beschikbaar is en sluiten we af met een sterk praktijkvoorbeeld en een checklist zodat je direct aan de slag kan.



2. Slim automatiseren

Veel bedrijfsprocessen kan je vereenvoudigen of zelfs opheffen door ze te automatiseren. Stel, je bent nu 20 uur per week bezig met het handmatig bijwerken van je bestellingen. Door een deel van dit werk te automatiseren kan je dit terugbrengen naar 2 uur per week.

Hierdoor heb je elke week opeens veel tijd over, tijd die je kan gebruiken om nieuwe groeikansen voor je bedrijf te ontdekken. Wanneer je automatiseert zijn je processen bovendien minder foutgevoelig doordat je minder handmatig moet doen. Dit maakt je operatie robuust en schaalbaar.

Voordat je het weet verkoop je straks, in de tijd die je eerst nodig had om via 1 platform te verkopen, via 5 platformen. Of verkoop je 5 keer zoveel met dezelfde efforts via 1 platform.



2.1 Waar begin jij met automatiseren?

Matthias Laqueur is expert op het vlak van automatiseren. Als medeoprichter van BossData helpt hij bedrijven bij het uitwerken en uitvoeren van hun digitale marketingstrategie, het meten van de resultaten en het automatiseren van diverse processen.

In zijn presentatie legde hij uit dat bedrijfsprocessen globaal in 4 categorieën verdeeld kunnen worden. Welke categorie je als eerste automatiseert, hangt af van jouw bedrijf. Over het algemeen raadt hij aan om daar te beginnen waar je het meeste tijdswinst kan behalen en om het daarna stap voor stap uit te breiden.

1 Bestellingen synchroniseren

Het exporteren van nieuwe bestellingen naar je backoffice en het bijwerken van je voorraad is een stevige klus. Door dit te automatiseren staan al je bestellingen overzichtelijk bij elkaar en wordt je voorraad voortdurend in real time geüpdatet.

Het is bovendien mogelijk om automatisch verzendlabels te maken en af te drukken en de status van verzendingen op te volgen. Omdat een goede service en snelle levering aan de basis van platformen ligt, is het als verkoper zeer belangrijk dat je dit deel van het proces goed onder controle hebt.

2 Feedmanagement

Feedmanagement gebruik je voor het beheren van je verkopen en advertenties op een of meerdere platformen. Wanneer je dit handmatig doet, moet je voor elk platform een nieuwe datafeed maken. Door te automatiseren hoef je maar 1 keer je artikelen te categoriseren. De informatie wordt vervolgens automatisch op de correcte manier naar alle platformen geëxporteerd.

Je kan ook voorwaarden instellen met regels en jezelf zo veel werk besparen. Dit is handig wanneer je op diverse platformen actief bent, maar ook wanneer je op 1 platform focust en een grote hoeveelheid artikelen aanbiedt. Een voorbeeld van regels die je kan toepassen:

→ **Als** dit artikel geen EAN-code heeft, **dan** mag het niet op een platform geplaatst worden.

→ **Als** dit artikel geen foto heeft, **dan** mag het niet op een platform geplaatst worden.

3 Prijsbeheer

Als ondernemer weet je als geen ander wat voor impact een scherpe prijs op je verkoopcijfers heeft. Maar wist je ook dat het mogelijk is om het aanscherpen van je prijzen te automatiseren? Met behulp van dynamische prijzen wordt je prijs continu aangepast in reactie op actueel vraag en aanbod.

Je stelt zelf de minimale en maximale prijs in en de tool vindt voor jou het ultieme prijspunt zodat je vaker onder de gemiddelde marktprijs zit met je artikel, zonder dat je hierop verliest. Wil je hier meer over weten? Lees dan de whitepaper 'Dynamische prijsstrategie helpt je meer omzet te creëren'.

4 Analyse & dashboards

Als ondernemer heb je nood aan proactieve en reactieve inzichten:

Proactief

- Welke producten worden veel samen verkocht?
- Hoe voorspellen we de verkoop voor de komende maanden?
- Naar welke artikelen zoeken consumenten en welke termen gebruiken ze tijdens het zoeken?

Reactief

- Welk platform verkocht meer/minder dan vorige maand?
- Welke producten werden met verlies verkocht, hoe kan dit?
- Waarom verkoopt dit topproduct plots niet meer?
- Welk platform realiseerde de grootste marges?
- Wat zijn de populairste producten?
- Hoe evolueert de gemiddelde orderwaarde?
- Welke producten hebben we voor het eerst verkocht de afgelopen maand?

Het is mogelijk om deze inzichten automatisch uit je data te halen. Je ontvangt dan bijvoorbeeld wekelijks een rapport met proactieve inzichten en een dagelijkse analyse met reactieve inzichten.

2.2 5 tips van de automatisatie-expert

Wil jij starten met automatiseren? Matthias Laqueur geeft alvast 5 tips:

1. Neem de tijd. Begin niet pas twee weken voor de kerstdrukke. Het kost tijd om de systemen in te stellen en te wennen aan de nieuwe werkwijze.
2. Kleine foutjes kunnen grote gevolgen hebben. Wees dus nauwkeurig.
3. Kies voor 1 secuur bronsysteem. Dit systeem is de basis voor al je automatiseringen, het is daarom belangrijk dat dit betrouwbaar is en je jouw basisdata niet verspreid over verschillende systemen hebt staan.
4. Tools die je processen automatiseren zijn handig, maar je hebt er niets aan zonder een goede strategie.
5. Start daar waar je het meeste tijd kan winnen.



3. Data als de heilige graal

Zodra je een of meer processen geautomatiseerd hebt, is het tijd voor de volgende stap: bepalen hoe je de tijd die je nu overhebt gaat inzetten. Ons advies? Gebruik (een deel van) deze uren om inzichten uit data te halen (eventueel geautomatiseerd) en deze toe te passen.

Data wordt ook wel de heilige graal van e-commerce genoemd. Het helpt je om inzicht te krijgen in je doelgroep, je marge te verbeteren, het aantal conversies te doen toenemen, je service te verbeteren en nog veel meer. Het juist interpreteren van data en toepassen van wat je hieruit leert, is de manier om je onderneming te doen groeien.

Om onze verkooppartners hier een handje bij te helpen, hebben we bij bol.com diverse overzichten gemaakt. Hierin vind je in een oogopslag informatie over je omzet, conversie, prijzen en nog veel meer. In het volgende hoofdstuk vertellen we je er alles over.



4. Inzichten vanuit bol.com

Bij bol.com beschikken we over veel data. We helpen onze verkooppartners graag om hier inzichten uit te halen en samen het beste aanbod aan de klant te kunnen bieden.

Als Propostie Manager bij bol.com denkt Frank Maessen dagelijks na over manieren waarop we onze partners nog beter kunnen helpen. Met zijn team verbetert hij bestaande diensten en ontwikkelt hij nieuwe manieren om partners te ondersteunen.

Tijdens zijn presentatie toonde hij welke data we bij bol.com delen met onze verkooppartners. Hij maakte hierbij een onderscheid tussen data die voor iedereen beschikbaar is en data die we exclusief met onze verkooppartners delen.

4.1 Trends, ontwikkelingen en opportuniteiten

Elk kwartaal delen we als bol.com informatie over ons platform. Deze informatie is voor iedereen toegankelijk en helpt ambitieuze ondernemers om nieuwe kansen en trends te detecteren:

- **PlatformMonitor:** een overzicht van ontwikkelingen op het platform, de laatste trends, veranderend consumentengedrag en verschuivingen die plaatsvinden bij ondernemers.
- **White & grey spots:** een overzicht van artikelen die klanten zoeken op ons platform, maar niet vinden. Oftewel: verkoopkansen die voor het grijpen liggen.

4.2 Data exclusief voor verkooppartners

Naast de informatie die voor iedereen beschikbaar is, vind je in je verkopersaccount ook gepersonaliseerde overzichten en tools. Deze helpen je om je prestaties op ons platform naar een nog hoger niveau te tillen en vergroten de kans dat je het koopblok wint.

Wat is het koopblok?

Wanneer meerdere partners hetzelfde artikel aanbieden via bol.com, wordt de aanbieder met het beste aanbod op basis van een algoritme geselecteerd voor het koopblok. Factoren die impact hebben op het wel of niet winnen van het koopblok zijn de prijs, levertijd en service. Met het koopblok neemt de kans dat klanten jouw artikel kiezen aanzienlijk toe.

4.3 Gepersonaliseerde inzichten en tools

Momenteel zijn er 7 gepersonaliseerde overzichten en tools beschikbaar voor onze verkooppartners.

1 Verkoopanalyse

In de [verkoopanalyse](#) vind je een overzicht van hoeveel artikelen je per uur hebt verkocht. Deze data wordt constant geüpdatet. Het aantal verkopen is in dit geval: het aantal verkochte artikelen min eventuele annuleringen. Teruggestuurde artikelen worden er niet in verwerkt.

Daarnaast is er een grafiek met informatie over je dagelijkse verkopen, omzet (exclusief btw), klantbezoeken en conversies over een bepaalde periode. Je kunt hierbij zelf een periode selecteren.

Sinds kort tonen we hier ook een verkooppoggnose: een inschatting van de verwachte verkoop van het artikel op ons platform. Zo kan jij je bijvoorbeeld alvast voorbereiden op een verkooppiek tijdens de feestdagen.

2 Conversie-analyse

Als verkoper is het belangrijk om te weten wat je conversieratio is. Daarom hebben we een handig [overzicht](#) voor je gemaakt. Hierin zie je in een oogopslag welk percentage van de klanten dat jouw artikel bekijkt overgaat tot een bestelling. Bij deze berekening nemen we enkel klantbezoeken mee die plaatsvonden toen jouw artikel het koopblok had.

3 Assortimentsanalyse

In de assortimentsanalyse zie je hoe vaak je het koopblok had voor elk artikel en hoeveel andere aanbieders jouw artikel verkopen op ons platform. Deze data helpt je om je conversie te verbeteren. Bijvoorbeeld door in te zetten op een betere zichtbaarheid van je product of door de productomschrijving aan te scherpen.

4 Retouranalyse

Teruggestuurde artikelen zijn vervelend voor jou en voor de klant. Iedereen is er daarom bij gebaat om dit tot een minimum te beperken. Dankzij de data in onze [retouranalyse](#) krijg je inzicht in de reden waarom klanten iets terugsturen.

Deze informatie kan je gebruiken om het terugsturen van artikelen in de toekomst te voorkomen. Bijvoorbeeld door je omschrijving aan te passen of extra afbeeldingen toe te voegen.

5 Zoektrends

Met het [zoektrendoverzicht](#) krijg je een beeld van het zoekgedrag van de bezoekers van bol.com. Welke termen geven zij in de zoekbalk in? Gebruiken ze het woord ' vaatwasser ' of ' afwasmachine '? Je kan zoektrends tot vier jaar terug inzien en analyseren, ook tonen we zoekopdrachten die gerelateerd zijn aan jouw zoekterm.

Deze informatie over de zoekwoorden die consumenten gebruiken, kan je gebruiken om je eigen productomschrijvingen te verbeteren, seizoenstrends te signaleren en productonderzoek te doen.

6 Klantvragen

Voor elke partner hebben we een overzicht gemaakt van [alle klantvragen](#) die binnenkomen over zijn assortiment, gesorteerd op onderwerp. Zo zie je snel over welk artikel je veel vragen krijgt en kan je op basis daarvan je processen of specifieke artikelen aanpassen. Op deze manier voorkom je nieuwe vragen.

7 Prijsinzichten

Hoe verhoudt jouw prijs zich ten opzichte van andere aanbieders op ons platform? En buiten ons platform? Deze informatie delen we graag met je zodat je je eigen prijzen scherper kunt stellen en het koopblok kan winnen.

We hebben ook een prijscalculator voorzien zodat je gemakkelijk kan uitrekenen hoeveel marge je overhoudt wanneer je de verkoopprijs verlaagt.

4.4 Data als groeiversneller

Kortom: er is zeer veel data beschikbaar binnen het bol.com platform en als je het slim speelt kan je het gebruiken om je onderneming naar een nog hoger niveau te tillen. Een van de ondernemers die dat deed is Bénédicte Van Den Driessche van Boxed Concepts. Haar verhaal lees je in het volgende hoofdstuk.

5. Data en automatiseren in de praktijk bij Boxed Concept

Bénédicte Van Den Driessche, zaakvoerder bij Boxed Concepts

Boxed Concepts is een succesvol digital first bedrijf dat verschillende categorieën van vloerbekleding verkoopt. Het werd opgericht door Bénédicte Van Den Driessche en twee co-vennoten.

De dagelijkse leiding van het bedrijf is in handen van Bénédicte. Voordat ze startte met Boxed Concepts was ze verantwoordelijk voor het succesvol opzetten van het Europese e-commerce luik van Cookware Company. Aan ervaring is dus zeker geen gebrek.

Zowel in deze functie als in haar vorige jobs, deed Bénédicte de nodige ervaring op met betrekking tot het opschalen van processen, uitbreiden naar nieuwe platformen en automatiseren.

Hoewel de drie ondernemers niet uitsluiten dat hun producten in de toekomst ook in winkels zullen liggen, richten ze zich momenteel enkel op digitale verkoopkanalen. Ze zijn bezig met het opzetten van een eigen website en combineren diverse lokale en internationale platformen.

In de Benelux ligt de focus op bol.com, in andere landen gebruiken ze de platformen die daar populair zijn. Automatiseren helpt hen om de verkopen via de verschillende platformen overzichtelijk, efficiënt en rendabel te houden. Zoals ze zelf zegt:

‘Wanneer je online wilt ondernemen, dan komt daar een heel ecosysteem bij kijken. Het is onze ambitie om Europees online marktleider te worden binnen onze productcategorieën. Automatiseringen helpen ons om onze business op een gecontroleerde manier op te schalen.’

Voor Boxed Concepts was de eerste stap het automatiseren van de processen rond kostenberekening. 'Het berekenen van alle kosten is wat mij betreft de ruggengraat van je bedrijf. Prijzen zijn heel belangrijk, maar ook heel dynamisch. Als ondernemer moet je weten wat de impact van je prijs is op de volledige kostenketen. De juiste tool kan je hierbij helpen', aldus Bénédicte.

De data die bol.com beschikbaar stelt is ook zeer belangrijk voor de ambitieuze ondernemer: 'De data van bol.com helpt mij om onze business inzichtelijk te krijgen. Hierdoor kan ik op zowel macro- als microniveau de juiste analyses maken en op basis daarvan ons bedrijf en de producten zo goed mogelijk sturen.'

De op data gebaseerde aanpak van Boxed Concepts werkt duidelijk. Hoewel het bedrijf pas een jaar actief is op bol.com, behalen ze nu al zeer goede verkoopresultaten, groeien ze snel en veroveren ze regelmatig het koopblok.



6. Conclusie

Ondernemers die automatiseringen en data op een slimme manier inzetten, maken het zichzelf niet alleen gemakkelijk, maar zullen ook merken dat hun bedrijf een snelle en robuuste groei doormaakt.

De tijdswinst die automatiseringen je opleveren kan je inzetten om data te analyseren en de inzichten die daaruit volgen toe te passen. Hierdoor groei je, kan je meer automatiseren, krijg je meer data en inzichten en kan je nog verder groeien. Kortom, je creëert een vliegwiel voor je onderneming, waarbij de mogelijkheden eindeloos zijn.



7. Checklist

7.1 Automatiseren

- Aan welke categorie van bedrijfsprocessen ben je nu het meeste tijd kwijt?
 - Bestellingen synchroniseren
 - Feedmanagement
 - Prijsbeheer
 - Analyse & dashboards
- Welke tool(s) gebruik je al?
- Maak een lijst van de platform(en) die je gebruikt.
- Bepaal welke tool/integrator aan jouw noden voldoet en aansluit bij de bestaande tools en IT-architectuur binnen je bedrijf.
- Check of de oplossing schaalbaar is en minstens 2 tot 5 jaar meegaat.

7.2 Data

- Hou je wekelijks tijd vrij om al je data te analyseren en de inzichten die je daaruit haalt toe te passen?
- Gebruik je alle beschikbare data van bol.com om nieuwe groeikansen te vinden?
 - PlatformMonitor
 - White & grey spots
 - Verkoopanalyse
 - Conversie-analyse
 - Retouranalyse
 - Zoektrends
 - Prijsinzichten
- Ben je veel tijd kwijt met het analyseren van je data? Is het de moeite om dit te automatiseren?